

TESIS
3608
(10/11)
72

TESIS

CONTADOR PÚBLICO

Profesor a cargo: Dra. Cristina Campagna
Tutora: Mónica Erpen



"La Industria Bancaria y el E-banking"

Alumna: María Belén Dieguez

Reg. N°: 967260

Primer Cuatrimestre del 2002

Facultad de Ciencias Económicas

USAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
➤ Importancia del tema.....	2
➤ Hipótesis de trabajo.....	3
➤ Metodología empleada.....	3

CAPÍTULO I: NACIMIENTO Y EVOLUCIÓN DE LA BANCA

➤ 1.1 En busca de una definición.....	4
➤ 1.2 Evolución histórica de la banca.....	5
1.2.1 La antigüedad.....	5
1.2.2 La edad media.....	6
1.2.3 Del siglo XVI al XVIII.....	7
1.2.4 Del siglo XIX a la actualidad.....	7
1.2.5 Las entidades financieras en el mundo moderno.....	8

CAPÍTULO II: INTERNET

➤ 2.1 Sociedad actual.....	12
2.1.1 Cambios en los consumidores.....	12
2.1.2 Lo que ocurrió en la sociedad.....	13
2.1.3 Lo que la digitalización dispara.....	14
➤ 2.2 Retrato del navegante.....	14
2.2.1 Dónde se conectan.....	16
2.2.2 Comercio electrónico.....	17
2.2.3 Lo que sucede en nuestro país.....	17
➤ 2.3 Internet y los bancos.....	18
➤ 2.4 Estadísticas.....	20

CAPÍTULO III: UNA OFERTA INTERESANTE

➤ 3.1	Un nuevo ciclo de cambios en los 90.....	22
➤ 3.2	Cadena de utilidad.....	22
3.2.1	Análisis de la cadena utilidad.....	23
3.2.2	Administrar a través de la ecuación del valor.....	23
➤ 3.3	Replantear el marketing.....	24
➤ 3.4	Relación entre el cliente y la máquina.....	26
➤ 3.5	Diseño y desarrollo de un sistema de valor y de servicio.....	26
➤ 3.6	Cómo medir el desempeño de una empresa de acuerdo a la cadena de la utilidad...27	
➤ 3.7	La tecnología y los clientes.....	28

CAPÍTULO IV: HOME BANKING

➤ 4.1	Definición del E-banking.....	33
➤ 4.2	Productos y servicios financieros en línea.....	33
4.2.1	Productos y servicios básicos.....	34
4.2.2	Productos y servicios intermedios.....	34
4.2.3	Productos y servicios avanzados.....	35
➤ 4.3	Del Home Banking a las redes abiertas.....	36
➤ 4.4	La importancia del E-banking en la actualidad.....	38

CAPÍTULO V: E- BANKING Y LA INDUSTRIA BANCARIA ARGENTINA

➤ 5.1	Cambios en la competencia.....	41
➤ 5.2	Bancarización.....	41
5.2.1	Bancarización por provincias.....	42
5.2.2	Concentración geográfica.....	43
5.2.3	Expansión de la red de sucursales y cajeros automáticos.....	43
➤ 5.3	Bancos conectados a Internet. Servicios que ofrece.....	44
5.3.1	Modo de uso.....	44
5.3.2	Desde el celular.....	46
5.3.3	Seguridad.....	47

➤ 5.4 Encuestas.....	48
➤ 5.5 Situación de Arg. en el 2002 y el Home Banking.....	50
5.5.1 Información al instante.....	51
5.5.2 Clientes cautivos.....	51
5.5.3 Aumentan las consultas sobre Home Banking.....	52
 CONCLUSIONES.....	 54
 BIBLIOGRAFÍA.....	 58



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN:

Los bancos, como organizaciones empresarias, han visto como los cambios en la industria han impactado cambiando todas las reglas de juego, y los jugadores.

Probablemente no exista otro sector compuesto por organizaciones empresarias mas conservadoras que las instituciones financieras. Y esto, en parte, tiene sentido. La relación de los individuos con su dinero es sumamente particular.

Cuando los bancos se dedicaban solamente a captar dinero de las personas a una determinada tasa de interés y a prestárselo a otras, el negocio se sustentaba en variables de seguridad y precio. En ese entonces, a la hora de dar crédito, el papel principal de la relación cliente/empresa le correspondía al banco, que decidía si ello era posible.

De mercados de demanda, el negocio pasó a mercados de oferta, donde todos se disputan el favor del cliente, quien pasó a desempeñar el papel principal de la relación.

A partir de allí todo fue distinto. Los bancos redefinieron la esencia del negocio: de la intermediación financiera (captar y prestar) a intermediación más banca de servicios (tarjetas de crédito y de débito, cajeros automáticos, Home Banking, etc.)

En el negocio de los servicios, los atributos a partir de los cuales un cliente decide tienen que ver con cuestiones de otro orden: la cercanía, el precio, la marca, la modalidad de venta, la atención post venta y los horarios ampliados, la eficiencia y la cordialidad de los empleados.

Durante mucho tiempo el sector financiero utilizó sólo las sucursales como canal de distribución. Con locales majestuosos donde el mayor espacio físico, las mejores ubicaciones, estaban reservadas para sí mismas. La necesidad de prestar servicios de otras características provocó dilemas de organización del plan (modernizar el estilo decorativo, merchandising en la exposición de ofertas, etc). De esta forma, adoptando técnicas y estilos de otras industrias, se intentaba contener al cliente en un ambiente más confortable. Pero, ¿Es esto lo que el cliente espera o necesita?

Si resulta algo claro es que la tecnología ha impactado en forma importante a la evolución de esta industria, y ha abierto un buen número de posibilidades en cuanto al desarrollo de canales alternativos, no convencionales, distinto al de las sucursales.

El primero en aparecer en escena y alcanzar niveles de utilización masiva fue el cajero automático, complementado con dispositivos colaterales, como terminales de

autoservicio, buzones electrónicos para depósitos, expendedores de dinero, etc. Otro canal que surgió fue el de los bancos directos, o bancos sin sucursales, pensados para aquellos que detestan pasar por las sucursales. En este nuevo canal la relación con los clientes se hacía principalmente por medio telefónico.

Hoy, el surgimiento de Internet y el comercio electrónico hace temblar nuevamente los cimientos de estas instituciones. No cabe duda de que este fenómeno transformará radicalmente todo lo que conocemos como banco hoy en día. Trasladar los servicios financieros a la web crea un marco competitivo completamente nuevo, en el cual los bancos compiten ahora con instituciones como empresas de telecomunicaciones, un pequeño puesto en marcha o un conglomerado de procesamiento de datos. En esta lucha por posicionarse en este nuevo canal, estamos viendo una cantidad incontable de alianzas, fusiones y adquisiciones, en los cuales los bancos son principales protagonistas.

Importancia del tema

Considero que este es un momento muy especial para la industria bancaria. La innovación tecnológica está transformando el sector y lo hará irreconocible en pocos años. Los bancos están ofreciendo productos y servicios en línea, alterando totalmente las relaciones con los clientes, proveedores y las relaciones dentro de sus organizaciones. La tecnología también ha erosionado las barreras de entrada, permitiendo a nuevos inversores a penetrar rápidamente en el mercado. A medida que el comercio electrónico acelera la transformación de la industria, las compañías de servicios financieros se están posicionando para triunfar en un mercado continuamente cambiante.

Uno de los elementos básicos de cualquier negocio es la relación con los clientes. En la actualidad, prácticamente en todas las industrias ha habido un gran interés en este tema. Como las tecnologías del comercio electrónico hacen que la información sea accesible a todas las personas, muchas organizaciones se están preguntando cómo estas eficiencias de información afectan a la industria de servicios financieros y las relaciones con los clientes.

Teniendo en cuenta todos estos cambios que se están produciendo en esta industria, tradicionalmente conservadora, las instituciones tradicionales deben reaccionar y redefinir sus estrategias de negocios para poder competir en este nuevo contexto.

Hipótesis de trabajo

El desarrollo del E-banking responde a la creación de un nuevo contexto competitivo para la industria bancaria. Este nuevo contexto competitivo se crea influenciado por ciertos cambios en factores que tienen que ver con los consumidores, la competencia de la industria y la tecnología.

Entonces la hipótesis del presente trabajo radica en que el E-banking favorece la relación del cliente con el banco.

Metodología empleada

A fin poder cumplir con el objetivo de este trabajo se analizó la mayor cantidad posible de material existente de distinta índole – académico, informativo, publicaciones y las nuevas tecnologías. La información utilizada en su mayoría estuvo compuesta por artículos y publicaciones, con una gran parte recabada de Internet, dado que existen pocos libros que traten el tema de este trabajo, especialmente en Argentina.

Este trabajo consiste en un análisis descriptivo del desarrollo de las nuevas tecnologías de E-banking. Una vez analizado el marco conceptual, se investiga la situación del E-banking en nuestro país, utilizando como base para el análisis el marco conceptual anteriormente señalado.